

Національний університет водного господарства та природокористування
Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
ради НУВГП
е-підпис Олег ЛАГОДНЮК

08.07.2021

06-13-22S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

SYLLABUS

<i>Маркетинговий аналіз</i>	<i>Marketing analysis</i>
Шифр за ОП	BB3 Code in Educational Program
Освітній рівень: магістерський (другий)	Educational level: master's (second)
Галузь знань Управління та адміністрування	07 Field of knowledge: Management and administration
Спеціальність Маркетинг	075 Field of study: Marketing

Освітня програма:

Маркетинг

Educational Program:

Marketing

06-13-22S Силабус навчальної дисципліни «Маркетинговий аналіз» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) освітнього ступеня, спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми «Маркетинг» Рівне. НУВГП. 2021. стор. 11.

ОПП на сайті університету: <http://ep3.nuwm.edu.ua/18898/>

Розробник силабусу: *Мальчик Мар'яна Василівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу; Мартинюк Оксана Володимирівна, к. е. н., доцент кафедри маркетингу*

Силабус схвалений на засіданні кафедри
Протокол № ____ від «____» _____ 2021 року

Завідувач кафедри: *Мальчик М.В., д.е.н, професор.*


Керівник освітньої програми: *Мартинюк О.В., к.е.н., доцент.*

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІЕМ
Протокол № ____ від «____» _____ 2021 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІ: *Ковшун Н.Е., д.е.н., професор*

СЗ №-3324 в ЕДО.

© Мальчик М.В.,
Мартинюк О.В., 2021
© НУВГП, 2021

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ*	
Ступінь вищої освіти	<i>магістр</i>
Освітня програма	<i>Маркетинг</i>
Спеціальність	<i>075 Маркетинг</i>
Рік навчання, семестр	<i>1 2</i>
Кількість кредитів	<i>4</i>
Лекції:	<i>20 годин</i>
Практичні заняття:	<i>20 години</i>
Самостійна робота:	<i>80 годин</i>
Курсова робота:	<i>ні</i>
Форма навчання	<i>денна, заочна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>залік</i>
Мова викладання	<i>українська</i>
ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА*	
ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА	
	<i>Мартинюк Оксана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу</i>
Вікіситет	<i>https://cutt.ly/8gWsuLF</i>
ORCID	<i>https://orcid.org/0000-0002-2641-1356</i>
Канали комунікації	<i>o.v.martynjuk@nuwm.edu.ua тел. 097-645-34-59</i> <i>Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE</i>
ПРО ДИСЦИПЛІНУ	
Анотація навчальної дисципліни,	
<p>Навчальна дисципліна «Маркетинговий аналіз» забезпечує формування системи знань у сфері аналітичного маркетингу, організації його проведення та інформаційного забезпечення.</p> <p>Метою викладання дисципліни є формування в студентів сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері управління маркетинговою діяльністю підприємства, вироблення вмінь та навичок упровадження та</p>	

використання інструментів маркетингового аналізу підприємства з урахуванням його особливостей.

Основні цілі:

- формування у студентів правильного підходу до розуміння ролі і місця маркетингового аналізу;
- оволодіння студентами знаннями щодо процесу проведення аналізу, організації праці при проведенні аналізу;
- засвоєння студентами методів та процедури проведення аналізу проекту крізь призму маркетингу;
- оволодіння студентами інструментами аналізу клієнтів фірми з різних поглядів;
- формування у студентів вміння щодо напрямів, інструментів аналізу товару, цін, збуту, комунікацій фірми та маркетингу-мікс;
- засвоєння студентами принципів використання статистичних методів в проведенні аналізу.

Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=1590>

Компетентності

ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК11. Здатність діагностувати та оцінювати екологічні умови та їх структурно-динамічні зміни на усіх етапах обґрунтовування маркетингових рішень.

Програмні результати навчання

Р10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

Р17. Враховувати ступінь релевантності наявних або прогнозованих екологічних умов щодо захисту, збереження та відтворення навколишнього природного середовища в маркетинговому менеджменті.

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Лекцій – 20 год., Практик. 20 год., Самостійна робота – 80 год.

Методи та технології навчання

Проблемно-пошуковий метод; навчальна дискусія/дебати; мозковий штурм; кейс-стаді/аналіз ситуації, лекції, лекції-обговорення із

	використанням електронних засобів навчання; семінари (індивідуальна та групова форма роботи); ділові ігри; презентації, моделювання ситуацій.
Засоби навчання	Мультимедійний проектор, інформаційно-комунікаційні системи, інформація про стан організацій (кейси), роздаткові друковані матеріали та Інтернет-джерела.
ЛЕКЦІЙНІ, ПРАКТИЧНІ ТА ЛАБОРАТОРНІ ЗАНЯТТЯ	
Тема	
Кількість годин, результати навчання, література	Опис дисципліни
Тема 1. Теоретичні засади маркетингового аналізу.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 10 Література: [2,4,14,18]	Сутність маркетингового аналізу. Завдання і принципи маркетингового аналізу. Предмет маркетингового аналізу. Види маркетингового аналізу. Місце маркетингового аналізу в системі споріднених економічних наук.
Тема 2 Інформаційне та методичне забезпечення маркетингового аналізу.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 10 Література: [3,5,9,15,19]	Інформаційна база маркетингового аналізу. Етапність проведення маркетингового аналізу. Характеристика прийомів маркетингового аналізу. Організація проведення маркетингового аналізу.
Тема 3. Маркетинговий аналіз мікросередовища підприємства.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 10, 15, 17 Література: [3,4,9,15,16,18,20]	Сутність, складові аналізу мікросередовища підприємства та його цілі. Маркетинговий аналіз постачальників. Маркетинговий аналіз конкурентів. Маркетинговий аналіз клієнтів. Маркетинговий аналіз контактних аудиторій.
Тема 4. Аналіз маркетингових ризиків.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 15, 17 Література: [3,5,9,15,19]	Сутність маркетингових ризиків та завдання їх аналізу. Аналіз видів, факторів та джерел маркетингових ризиків. Аналіз втрат від маркетингового ризику. Аналіз ефективності системи антиризикованих заходів.
Тема 5. Маркетинговий аналіз товарної політики підприємства.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 15 Література: [4,12,13,16,18]	Сутність та основні завдання аналізу. Аналіз маркетингових складових елементів товару. Аналіз товарного асортименту та номенклатури. Маркетинговий аналіз товарної інноваційної політики
Тема 6. Маркетинговий аналіз цінової політики	

підприємства.	
лекцій – 4 год. практ. – 4 год. РН 10, 15 Література: [4,5,7,9,11,18]	Завдання та напрями маркетингового аналізу цінової політики. Маркетинговий аналіз політики ціноутворення з позицій підприємства. Маркетинговий аналіз кредитної, фінансової та преміальної політики фірми через призму цін. Маркетинговий аналіз цін з позицій мікросередовища
Тема 7. Маркетинговий аналіз дистрибуції	
лекцій – 4 год. практ. – 4 год. РН 15 Література: [2,13,14,19]	Завдання аналізу дистрибуції та джерела інформації для його проведення. Аналіз ефективності каналів розподілу. Аналіз маркетингових систем розповсюдження. Аналіз посередників в розподільчій політиці. Аналіз маркетинг-логістики.
Тема 8. Аналіз маркетингових комунікацій підприємства.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 10, 15 Література: [4,8,16,18,20]	Сутність аналізу та його основні завдання. Аналіз процесу формування маркетингових комунікацій. Оцінка результативності та ефективності системи маркетингових комунікацій. Особливості аналізу окремих комунікативних інструментів.

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)
<ul style="list-style-type: none"> - Комунікативні навички та робота в команді - Вміння критично мислити та аргументувати свою позицію - Уміння ставити мету та надихатися новими ідеями - Спрямованість на результат та наполегливість - Активність, мобільність, ініціативність - Лідерство та організованість - Самонавчання та стресостійкість - Грамотність та відповідальність
Форми та методи навчання
<p>Вивчення дисципліни досягається інформаційним, ілюстративним та проблемним методами навчання.</p> <p>Лекції супроводжуються демонстрацією схем, таблиць з мультимедійним супроводом. На практичних заняттях розглядаються та розв'язуються задачі, наближені до реальних ситуацій: використовується роздатковий матеріал (наочність) для формування у студентів системного мислення, розвитку пам'яті; Проводиться дискусійне обговорення проблемних питань; Задаються провокаційні питання.</p> <p>Навчання супроводжується опрацюванням нормативної, навчальної літератури, а також періодичних видань.</p> <p>При викладанні навчальної дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового</p>

штурму, метод вільних асоціацій, метод обговорення тематичних зображень, метод "переваги та недоліки", метод "Робота в мережі", ділові ігри, екскурсійні заняття. Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми лекції обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага студентів концентрується на матеріалі, який не знайшов відображення в підручниках, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздаванням студентам під час лекції друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються.

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу і характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Міні-лекції проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. На початку проведення міні-лекції за вказаними темами лектор акцентує увагу студентів на необхідності представити викладений лекційний матеріал у так званому структурно-логічному вигляді. На розгляд виносяться питання, які зафіксовані у плані лекцій, але викладаються вони стисло.

Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування. Після висвітлення проблеми (при використанні проблемних лекцій) або стислого викладання матеріалу (при використанні міні-лекцій) студентам пропонується об'єднуватися у групи по 5 – 6 осіб і презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань. Однією з позитивних рис презентації та її переваг за умови використання в навчальному процесі є обмін досвідом, який здобули студенти під час роботи в певній малій групі.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками та поглядами учасників щодо даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки і висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Ділові та рольові ігри – форма активізації студентів, внаслідок якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації в ролі безпосередніх учасників подій.

Обговорення тематичних зображень дає змогу візуально сприймати інформацію, сприяє розвитку асоціативного мислення та кращому засвоєнню матеріалу.

Порядок та критерії оцінювання

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно засвоїти теоретичний матеріал та здати модульні контролі знань, а також вчасно виконати практичні завдання. В результаті можна отримати такі обов'язкові бали:

- 60 балів - за вчасне та якісне виконання завдань практичних занять та інших поточних завдань, що становить поточну (практичну) складову його оцінки;
- 40 балів – модульні контролі (20+20).

Всього 100 балів.

Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни. Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти <http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/>.

Модульний контроль проходитиме у формі тестування на університетській платформі MOODLE.

Поєднання навчання та досліджень

Студенти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу.

Інформаційні ресурси

Рекомендована література

Базова

1. Актуальні проблеми теорії та практики маркетингу і логістики в Україні: Монографія/ за ред. М.В. Мальчик. - Рівне: НУВГП, 2014.
2. Багров В.П. Економічний аналіз: Навч. посібник/ В.П.Багров, І.В.Багрова. - Київ: ЦНЛ, 2006.
3. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: Информация, анализ, прогноз: Учеб. пособие/ И.К.Беляевский. - Москва: Финансы и статистика, 2002.
4. Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф.. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с

Допоміжна

5. Васюренко О.В. Економічний аналіз діяльності комерційних банків: Навч. посіб./ О.В.Васюренко, К.О.Волохата. - Київ: Знання, 2006.
6. Головка Т.В. Стратегічний аналіз: Навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисц./ Т.В.Головка; Т.Б.Головка, С.В.Сагова; За ред. М.В.Кужельного. - Київ, 2002.
7. Гончаров С.М. Маркетинг: Практикум: вправи, ситуації, тести./ С.М.Гончаров. - Рівне: НУВГП, 2009.
8. Гончаров С.М. Соціально-етичний маркетинг: Навч. посіб./ С.М.Гончаров. - Рівне: НУВГП, 2011.
9. Костенко Т.Д. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: Навч. посіб./ Т.Д.Костенко, Є.О.Підгора, В.С.Рижиков, В.А.Панков. - Київ: ЦНЛ, 2005.
10. Липчук В.В. Маркетинг: основи теорії та практики: Навч. посіб./ В.В.Липчук, Р.П.Дудяк, С.Я.Бугіль; За заг. ред. В.В. Липчука. - Львів: Магнолія 2006, 2007.
11. Маркетинг: Навч.посіб. / За ред.Н.І.Редіної.- Дніпропетровськ, 2007.
12. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности.:Учебник./ Под.ред. В.А.Алексунина.-Москва: Дашков и К., 2002.
13. Маркетинг у прикладах і завданнях: Навч.посібник/ За ред. С.М.Ілляшенка.- Суми: Університетська книга, 2006.
14. Пересада А.А. Інвестиційний аналіз: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц./ А.А.Пересада; А.А.Пересада, С.В.Онiкiєнко, Ю.М.Коваленко. - Київ:

КНЕУ, 2003.

15. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: Підручник/ П.Я.Попович. - Тернопіль: Економічна думка, 2004.
16. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі: Навч. посібник/ К.І.Редченко. - Львів: Новий світ-2000, 2003.
17. Савіна Н.Б. Основи підприємництва та маркетингу: навч. посіб. Європ. кред.-трансф. сист./ Н.Б.Савіна, А.М.Костюкевич. - Рівне: НУВГП, 2013.
18. Турченко М.О. Маркетинг: Підручник/ М.О.Турченко, М.Д.Швець. - Київ: Знання, 2011.
19. Турченко М.О. Маркетинг: Навч. посіб./ М.О.Турченко, М.Д.Швець, Т.С.Карпан. - Рівне: НУВГП, 2010.
20. Цигилик І.І. Аналіз і розробка інвестиційних проектів: Навч. посібник/ І.І.Цигилик, С.О.Кропельницька, М.М.Білий, О.І.Мозиль. - Київ: Центр навч. літ., 2005.

Інформаційні ресурси

21. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua/>
22. Законодавство України . URL : <http://rada.gov.ua/>
23. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
24. Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>
25. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека (м. Рівне, пл. Короленка, 6). URL : <http://libr.rv.ua/>
26. Рівненська централізована бібліотечна система (Київська, 44, Рівне)). URL : <https://www.facebook.com/cbs.rivne/>
27. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75). URL : http://nuwm.edu.ua/MySql/page_lib.php

Методичне забезпечення

28. Інформаційні ресурси у електронному репозиторії Національного університету водного господарства та природокористування. URL : <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>:
29. Опорний конспект лекцій (на електронному і паперовому носіях) за всіма темами курсу, у тому числі і для самостійного вивчення.
30. Пакети тестових завдань з кожної теми та в цілому по всьому курсу дисципліни.

Дедлайни та перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Передача модульних контролів здійснюється згідно: <http://nuwm.edu.ua/strukturi-pidrozdi/навч-наук-тсентр-незалежного-отсінювання-знан/документи>.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин навчальної дисципліни відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці даної дисципліни на платформі MOODLE за календарем: <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=694>

Неформальна та інформальна освіта

Студенти мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з відповідним Положенням: <http://nuwm.edu.ua/sp/neformalna-osvita>.

Зокрема студенти можуть самостійно проходити онлайн-курси на таких навчальних платформах, як Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших, для наступного перезарахування результатів навчання. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної дисципліни (освітньої програми) та перевірялись в підсумковому оцінюванні.

Практики, представники бізнесу, фахівці, залучені до викладання

До викладання курсу долучаються представники державних та приватних підприємств та організацій України та інших держав.

Правила академічної доброчесності

Списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, передбачає позбавлення студента подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

Онлайн курс «Академічна доброчесність» викладений за посиланням: <https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/> та на сайті університету <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>.

Студент зобов'язаний дотримуватися Кодексу честі студентів НУВГП, який встановлює загальні моральні принципи та правила етичної поведінки осіб, які навчаються в університеті, та якими вони мають керуватися у своїй діяльності: <http://ep3.nuwm.edu.ua/4917/1/Кодекс%20честі%20студентів%20зах.pdf>.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями встановленими [Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату в НУВГП](#):

Принципи доброчесності у НУВГП та відповідність показникам забезпечення якості вищої освіти регламентовано НАЗЯВО та положеннями відділу якості освіти НУВГП.

Сайт НАЗЯВО: <https://naqa.gov.ua/>

Відділ якості освіти НУВГП: <https://nuwm.edu.ua/strukturi-pidrozdi/vyo/dokumenty>

Вимоги до відвідування

Лекції та практичні заняття відбуваються в офлайн або онлайн режимі згідно розкладу.

Консультації будуть проводитися онлайн за допомогою Google Meet за кодом у домовлений зі студентами час.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування тощо) навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із керівником курсу.

Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях з даної дисципліни.

Оновлення

Зміст даного курсу оновлюється за необхідністю з урахуванням змін у законодавстві України, наукових досягнень та сучасних практик у сфері маркетингу. Студенти можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у галузі. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

Академічна мобільність. Інтернаціоналізація

Інформація щодо іноземних сайтів, які може використати студент для вивчення даної дисципліни за окремими темами наводиться в презентаціях освітньої компоненти представлених в системі Moodle.

Також для поглибленого вивчення дисципліни здобувачам освіти пропонуються міжнародні інформаційні ресурси в мережі Інтернет:

ProQuest <https://about.proquest.com/products-services/ebooks/ebooks-main.html>

Лектор, к.е.н., доцент

О.В. Мартинюк